

**PENGARUH CRM DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
ONLINE SHOPE JOSHSTORE BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Ratna Sari

170910242

**PROGRAM STUDI MANAGEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH CRM DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
ONLINE SHOPE JOSHSTORE BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana**



Oleh

Ratna Sari

170910242

**PROGRAM STUDI MANAGEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ratna Sari
NPM : 170910242
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**Pengaruh CRM Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan
Pada Online Shope Joshstore Batam.**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur- unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang- undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 30 July 2021



Ratna Sari

170910242

**PENGARUH CRM DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
ONLINE SHOPE JOSHSTORE BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Ratna Sari
170910242**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 30 Juli 2021



Raymond, S.E., M.Sc.

Pembimbing

ABSTRAK

Online shop melakukan persaingan dalam menjual produk sesuai yang dibutuhkan saat ini dengan ciri khas masing-masing untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin agar membeli produk mereka serta merasakan kepuasan terhadap produk yang diterimanya. Untuk dapat memuaskan pelanggan, online shope harus memperhatikan beberapa hal yang pada akhirnya akan menimbulkan rasa loyalitas dari pelanggan bagi online shope tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CRM dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Online Shope Joshstore Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan populasi sebanyak 130 orang. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah sampel jenuh yang berarti semua populasi dijadikan sampel. Data diolah menggunakan SPSS versi 25 dengan hasil penelitian diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,018 > 1,656$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Online Shope Joshstore Batam, t_{hitung} Kepuasan Konsumen diketahui $> t_{tabel}$ yaitu $7,522 > 1,656$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Online Shope Joshstore Batam. Dan ada CRM dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Terbukti dengan hasil uji F (simultan) yang bernilai (F_{hitung}) $127,341 > 2,67$ (F_{tabel}) dengan nilai signifikan pada $0,000 < 0,05$. Serta nilai R Square nya 0,667.

Kata kunci : CRM; Kepuasan Konsumen; Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Online shops compete in selling products as needed today with their respective characteristics to attract as many customers as possible to buy their products and feel satisfaction with the products they receive. To be able to satisfy customers, online shops must pay attention to several things that will ultimately lead to a sense of loyalty from customers for the online shop. This study aims to analyze the effect of CRM and customer satisfaction on customer loyalty at Online Shope Joshstore Batam. The type of research used is quantitative research with a population of 130 people. The instrument used to collect data is a questionnaire. The sampling technique taken is a saturated sample, which means that all populations are sampled. The data is processed using SPSS version 25 with the results of the study known that $t \text{ count} > t \text{ table}$ is $6.018 > 1.656$ with a significance value of $0.000 < 0.05$ which means that CRM has a positive and significant effect on customer loyalty Online Shope Joshstore Batam, $t \text{ count Consumer Satisfaction}$ is known $> t \text{ The table}$ is $7.522 > 1.656$ with a significance of $0.000 < 0.05$ which means that Consumer Satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty Online Shope Joshstore Batam. And there is CRM and Customer Satisfaction together have a positive and significant effect on customer loyalty. It is proven by the results of the F (simultaneous) test with a value of (F count) $127.341 > 2.67$ (F table) with a significant value at $0.000 < 0.05$. And the R Square value is 0.667.

Keywords: Customer loyalty; CRM; Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis bersedia menerima segala kritik dan saran. Dengan segala keterbatasan, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, pendapat dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku Pembimbing Skripsi penulis pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan bekal ilmu selama masa perkuliahan.
7. Orang tua penulis, saudara kandung penulis dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan motivasi, perhatian, nasehat serta doa kepada penulis.
8. Bapak Elisianto selaku pemilik Joshstore Batam yang telah memberikan izin dan mendukung penelitian skripsi penulis.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih atas semuanya, atas segala doa dan dukungannya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkat dan kasih- Nya kepada kita semua. Amin.

Batam, 30 July 2021

Ratna Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	7
1.6. Manfaat Penelitan.....	8
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Customer Relationship Management (CRM)	10
2.1.2. Kepuasan Konsumen	13
2.1.3. Loyalitas Pelanggan	16
2.2. Penelitian Sebelumnya.....	20
2.3. Kerangka Pemikiran.....	21
2.4. Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian	25
3.2. Sifat Penelitian.....	25
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian	25
3.3.1. Lokasi Penelitian	25
3.3.2. Periode Penelitian	26
3.4. Populasi Dan Sampel	26

3.4.1. Populasi.....	26
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel	27
3.4.3. Teknik <i>Sampling</i>	27
3.5. Sumber Data.....	27
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
3.8. Metode Analisis Data.....	31
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	31
3.9. Uji Kualitas Data.....	32
3.9.1. Uji Validitas.....	32
3.9.2. Uji Reliabilitas	33
3.10. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.10.1. Uji Normalitas.....	35
3.10.2. Uji Multikolinearitas.....	35
3.10.3. Uji Heterodekadastisitas	35
3.11. Uji Pengaruh	36
3.11.1. Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.11.2. Uji R^2 (Analisis Determinasi)	36
3.12. Uji Hipotesis	37
3.12.1. Uji T (Uji Parsial)	37
3.12.2. Uji F (Uji Simultan).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambar Umum Objek Penelitian.....	40
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	40
4.3. Deskripsi Jawaban Responden	43
4.3.1. Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X1)	43
4.3.2. Variabel Kepuasan Konsumen (X2).....	46
4.3.3. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	48
4.4. Analisis Data.....	51
4.4.1. Analisis Deskriptif.....	51
4.4.2. Uji Kualitas Data	51

4.4.3. Uji Asumsi Klasik.....	55
4.4.4. Uji Pengaruh	59
4.5. Pengujian Hipotesis	62
4.5.1. Hasil Uji T.....	62
4.5.2. Hasil Uji F (Simultan)	64
4.6. Pembahasan.....	65
4.7. Implikasi Hasil Penelitian.....	66
4.7.1. Variabel CRM.....	66
4.7.2. Variabel Kepuasan Konsumen.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1. Simpulan	68
5.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4. 1 <i>histogram regression residua</i>	55
Gambar 4. 2 <i>P-P Plot of Regression Standardized</i>	56
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Scatterplot</i>	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Keluhan Pelanggan Joshstore Batam.....	4
Tabel 1. 2 Data Jumlah Produk Yang Terjual Tahun 2020.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel 3. 1 Periode Penelitian.....	26
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	28
Tabel 3. 3 Operasional Variable Penelitian.....	29
Tabel 3. 4 Kategori Rentang Skor.....	32
Tabel 3. 5 Kriteria Koefisien Reliabilitas.....	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Beredasarkan Umur.....	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	42
Tabel 4. 4 Skor Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	43
Tabel 4. 5 Skor Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan.....	46
Tabel 4. 6 Skor Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan.....	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Relationship Managemet</i>	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Realibilitas.....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>R Square</i>	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	64

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rentang Skala	31
Rumus 3. 2 Korelasi Product Moment	32
Rumus 3. 3 Cronbach Alpha	34
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda	36
Rumus 3. 5 T Hitung	37
Rumus 3. 6 F Hitung	38